

B-1 空き家を持つ方のニーズを満たす事業の創出および事業の啓発活動		
事業主体	空き家ビジネス推進協議会	
対象地域	全国	
事業概要	空き家管理等の実績とノウハウを有する民間事業者4社による協議会により、昨年度実施した管理代行サービスのモニター調査結果等を踏まえて、モデル約款や重要事項説明書、コンプライアンスを作成するなど、空き家管理のビジネス環境を整備	
成果計測指標	現況値 (事業着手時点)	完了時点 (H27年2月27日時点)
事業者選定用のチェックリスト作成	サービス提供事業者の現状把握	完成
トラブル解決ガイドライン作成	トラブル事例収集	完成
コンプライアンスマニュアル作成	コンプライアンスマニュアル案作成	完成
標準的なサービスおよび提供要領の決定	アンケートにてニーズ調査実施	サービスおよび提供要領決定
モデル約款の作成	未着手	完成
モデル重要事項説明書の作成	未着手	完成
啓発用ツール作成	未着手	完成
啓発活動実施	未着手	啓発先500対象への訪問

1. 事業の背景と目的

空き家管理サービスは住宅に関連する企業等が、副業的に実施しているケースが多いことから、空き家管理サービス自体の実施内容およびその品質について消費者が比較しづらく利用の妨げとなっている。また、サービス提供事業者側の課題として、空き家管理の市場性および消費者が求めるサービスが明確でなく、ビジネスとして普及していない。

そこで、消費者が安心して利用できる環境を整備するとともに、求められるサービスを分析することで適正なサービス水準を明らかにすることを目的とする。

昨年度の事業の結果、消費者に対するアンケートを通じて、空き家管理サービスの認知度が低いことが明らかとなった。これを踏まえて、今年度は事業環境の整備に加え啓発活動に力を入れて活動する。

2. 事業の内容

(1) 事業の概要

空き家ビジネス推進協議会構成企業4社による定例会を行い、四つの事業項目である、①消費者保護を図る取組、②業界コンプライアンスの増進を図る取組、③空き家管理ビジネスの事業環境整備を図る取組、④その他空き家の適正管理に関連するビジネスの育成・普及に必要なと思われる取組の検討を進めた。各取組項目の概要については表1のとおりである。

表 1 事業の概要

取組項目		概要
1) 消費者保護を図る取組	①空き家を持つ人が知るべき法律・税制の資料化	昨年度の事業で収集した、空き家を持つ人が知るべき法律と税制に関する情報に加え、空き家の管理不全が与える影響等の情報も盛り込むことで、より消費者に分かりやすく受け入れられる内容とした。まとめた情報は弁護士・税理士・消費者団体の意見を取り入れ、精査を行い、パンフレットに反映した。
	②チェックリストの作成	消費者が空き家管理サービスを利用する際、適切なサービスを提供している事業者を選定できるようにするため、サービス内容や質を評価し、比較できるチェックリストを作成した。作成手順については3)①で定めた標準的なサービスおよびモニターが利用した事業者が提供しているサービスを参考にし、比較項目および評価方法を協議会で決定した。完成したチェックリストはパンフレットに反映した。
	③トラブル解決ガイドラインの作成	消費者がサービスの利用を検討する場合や、利用していてトラブルが起きてしまった場合の解決策などを示したガイドラインを作成した。作成にあたっては昨年度の事業で収集した空き家管理サービス関連事業分野のトラブル事例等を参考例とし、消費者としての解決策を示した。作成したトラブル解決ガイドラインはホームページに掲載するとともに、2)①で作成するコンプライアンスマニュアルに反映した。
2) 業界コンプライアンスの増進を図る取組	①コンプライアンスマニュアルの作成	空き家管理サービス提供事業者が知るべき情報をコンプライアンスマニュアルとして整理した。コンプライアンスマニュアルにはサービス提供事業者が遵守すべき代表的な法令や、1)③でまとめたトラブル事例を用い、事業者としての予防策および解決策を盛り込んだ。作成にあたっては、昨年度に作成したコンプライアンスマニュアル案を基にし、さらに弁護士の意見を取り入れ精査をした。完成したマニュアルはホームページに掲載した。
3) 空き家管理ビジネスの事業環境整備を図る取組	①標準的なサービスにおける提供要領の決定	昨年度の事業で収集したアンケート結果等を参考に、消費者のニーズが高い代表的なサービスを選定し、各サービスの提供時における提供要領と注意事項について協議会で検討し資料化した。完成した資料はホームページに掲載した。
	②モデル約款及びモデル重要事項説明書の作成	顧客との契約時に提示するモデル約款およびモデル重要事項説明書を作成した。作成にあたっては昨年度のモニター調査を通じて収集した空き家管理サービスの契約書や協議会会員が個人向けに提供しているサービスの契約書等を基に、記載する内容を検討した。作成した案は弁護士の意見を取り入れ精査を行い完成させ、ホームページに掲載した。
4) その他空き家の適正管理に関連するビジネスの育成・普及に必要なと思われる取組	①啓発先選定	啓発対象を「空き家を持つ層」および「これから空き家となる家に住んでいる層」とし、協議会内で議論した結果、持ち家を残し入居する可能性が高い「有料老人ホーム」を本年度の啓発対象とすることとした。啓発活動を行うにあたり、コンサルティング会社に調査を依頼し、有料老人ホーム等における、空き家管理の現状と問題点の把握をした。
	②情報発信手段の検討	4)①で選定した有料老人ホーム等への啓発活動において、より効果が見込める情報発信手段をコンサルティング会社に調査を依頼し検討した結果、パンフレットおよびポスターを作成し配布することとした。作成したパンフレットはホームページ上でも公開した。
	③啓発活動実施	4)①で選定した有料老人ホーム等に対し、4)②で作成したツールを用いて空き家管理サービスの啓発活動を実施した。啓発対象として約2,780対象をリストアップし、結果1,511対象に訪問した。

(2) 事業の手順

交付決定から事業終了までの間の事業の内容と手順を、図1のように進めた。

図1 事業の手順

対象事業	細項目	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月
1) 消費者保護を図る取組	①空き家を持つ人が知るべき法律・税制の資料化		現在把握している情報の整理	管理不全が与える影響の調査	資料化					
	②チェックリストの作成				評価項目および評価方法作成	チェックリスト完成				
	③トラブル解決ガイドラインの作成				想定事例の検討	内容および構成の決定	トラブル解決ガイドライン完成			HPIに公開
2) 業界コンプライアンスの増進を図る取組	①コンプライアンスマニュアルの作成						情報の追加収集	トラブル事例の追加等	マニュアル完成	HPIに公開
3) 空き家管理ビジネスの事業環境を図る取組	①標準的なサービス提供要領の決定	管理サービスの分類	標準的なサービスの検討	提供要領および注意事項の検討						HPIに公開
	②モデル約款及びモデル重要事項説明書の作成						案文検討	案作成	モデル約款、需要事項説明書完成	解説文追加およびHPIに公開
4) その他空き家の適正管理に関連するビジネスの育成・普及に必要と思われる取組	①啓蒙先選定		啓蒙先の選出および決定	啓蒙先の現状整理と問題点の整理						
	②情報発信手段の検討				情報発信手段検討	パンフレット掲載情報精査	パンフレット案作成	パンフレット案修正	パンフレット完成	
	③啓蒙活動実施							啓蒙対象のリストアップ	啓蒙開始	啓蒙活動完了
	定例打合せにおける各種検討会の開催		●	●	●	●	●	●	●	●

(3) 事業内容

1) 消費者保護を図る取組

① 空き家を持つ人が知るべき法律・税制の資料化

昨年度の事業では、空き家を持つ人が知るべき法律と税制に関する情報を調査した。本年度はこれらの情報を消費者に提供することを前提に、より消費者に分かりやすく受け入れられる内容にすることを目的に取り組んだ。

ア 空き家を持つ人が知るべき法律

弁護士のアドバイスを取り入れ、法令そのものを掲載するのではなく、空き家の管理不全が原因で想定されるトラブルや、実際の訴訟で争われた事例をもとに作成した紛争事例を掲載することで、空き家の管理不全が与えるリスクをより身近に感じていただけるよう工夫した。まとめた内容は管理不全が原因で想定されるトラブルとして、図4の啓蒙パンフレットの3～4ページに掲載した。

イ 空き家を持つ人が知るべき税制

空き家に関係する税の内容を簡潔に記載した。さらに税理士のアドバイスを取り入れ、空き家と関係が大きい項目の「固定資産税および都市計画税の住宅用地の特例措置」と「相続税の小規模宅地の減額」をイラスト入りでまとめ、図4の啓蒙パンフレットの1～2ページに掲載した。

ウ 啓発用パンフレットへの反映

啓発用パンフレットにおける、情報提供時の注意事項について消費者団体に相談した結果、消費者の目線でのアドバイスが得られたため、パンフレット作成にあたって参考とした。

空き家所有者は高齢の方が想定される為、以下の点について注意すること。

- ・文字のポイント数はなるべく大きいほうが良い。
- ・パンフレットの形状はオーソドックスなものとし、中開きや変形サイズなどとしなないほうが良い。
- ・色味は強い色を多用せず、淡い色としたほうが良い。

② チェックリストの作成

消費者が空き家管理サービスを検討・利用する際、適切なサービスを提供している事業者を消費者自身が選定できることを目的として、サービス内容や質を評価・比較できるチェックリストを作成した。

ア 比較項目の決定

比較項目は、昨年度実施した「サービスのモニター利用を通じた空き家管理サービスの実態調査」から得られた契約内容やサービス内容に関する問題点等を参考に、特に消費者として確認すべき事項を協議会内で議論し決定した（表2）。

表2 問題点等と比較項目

問題点等	比較項目
契約書は、サービスの内容や価格等の合意内容が示された書類である。消費者は契約の内容を理解して契約することが必要である為、チェック項目とした。	契約内容がわかりやすいか
モニターが利用した事業者7社のうち、3社に損害賠償に関する記載がなかった。空き家管理サービスは消費者の立会いが無い状態でサービスが提供され、家財を破損させたりするトラブルも想定されることから、チェック項目とした。	サービスに不備があった場合の損害賠償について、契約書に記載があるか
空き家管理サービスは店舗での対面契約以外に、訪問販売や通信販売によるものも多い。特商法では当該取引による場合、「クーリング・オフ」に関する書面を交付することされているが、モニターが利用した事業者7社のうち、全ての事業者において当該記載のある書面を交付していなかったため、チェック項目とした。	クーリング・オフに関する説明があるか
空き家管理サービス提供事業者は依頼人の氏名や住所などの個人情報を取り扱うこととなるが、モニターが利用した事業者7社のうち、6社が個人情報に関する記載がなかったことから、事業者側の意識の低さが伺えた。消費者が安心してサービスを依頼する上で、個人情報の取り扱い方法は重要なポイントであることからチェック項目とした。	個人情報の取り扱い方法を定めているか
空き家管理サービスは店舗での対面契約以外に、訪問販売や通信販売によるものも多いことから、契約内容について十分な説明受けることができないことや、消費者が契約に関する疑問点等を事業者に質問し辛いことが想定されるため、チェック項目とした。	契約方法について

空き家管理サービスは無人の宅内での作業を伴うことから、業務実施上、空き家の鍵を預かることとなる。空き家には家財が残されている場合もあり、消費者にとって鍵を預けるということは抵抗があると考え、チェック項目とした。参考として、昨年度実施したモニター調査において、「鍵を預かる場合に、紛失防止の注意が見られなかった」という意見があった。	空き家の鍵の管理体制は整っているか
上記項目と同様であるが、特に預かった鍵を携行し使用する作業中の紛失防止策について、独立した項目とした。	作業中における、空き家の鍵紛失防止策を定めているか
空き家管理サービスは、消費者が作業に立ち会うことが無いことから、サービスが実際に提供されているかを消費者が正しく確認することは困難である為、作業員の管理体制についてチェック項目とした。	空き家で作業する作業員の管理方法は

イ 評価基準の決定

各比較項目について、対応内容などを「良い」「普通」「注意」の3段階（項目によっては2段階）に分類し、評価基準を決定した（表3）。各項目の評価基準の設定にあたっては表4のとおり検討した。

表3 評価基準（啓発パンフレット掲載内容）

項目		評価		
		良い	普通	注意
契約	契約内容がわかりやすいか	契約内容が分かりやすく記されている ※契約書の他に重要事項説明書があるとより理解しやすくなります		契約書等がないなど、内容が明確ではない
	サービスに不備があった場合の損害賠償について、契約書に記載があるか	損害賠償に関する記載があり、十分な賠償額がある	損害賠償に関する記載がある	損害賠償に関する記載がない
	クーリング・オフに関する説明があるか	あり		なし
	個人情報の取り扱い方法を定めているか	個人情報の取り扱いに関する認定（PマークやJIS Q 15001（個人情報保護マネジメントシステム）等）を受けており、チラシやパンフレットで確認できる	個人情報の取り扱いに関する社内基準を定めており、それを書面で示せる	個人情報の取り扱いに関する基準を定めていない
	契約方法について	対面で契約		郵送で契約 <small>※遠隔地の場合、郵送でのやり取りになる可能性があります。十分な説明を受けるためにも対面での契約をおすすめします。</small>
サービス体制	空き家の鍵の管理体制は整っているか	鍵を預る際には、収納ケース等に入れてお客様の印により封印する等して、業者が無断で複製できない仕組みがある。また、預った鍵の本数や状態を定期的に確認するしている		確認等実施していない
	作業中における、空き家の鍵の紛失防止策を定めているか	ロープやチェーン等使用し、紛失しないように身に着けていることを書面で示している。		紛失防止策を取っていない
	空き家で作業する作業員の管理方法は	宅内での作業時間が記録に残る仕組みがある ※ホームセキュリティをご利用することで宅内に入った時間を記録することができます。	作業員自身が作業時間を記録している	作業時間を記録していない

表4 評価基準の検討内容

比較項目	評価基準
契約内容がわかりやすいか	契約書の理解については個人差がある。この為、あえて「契約内容がわかりやすいか」と表記することにより、主観にゆだねる表現としており、消費者自身が契約内容を理解できているかチェック頂ける内容とした。また、(注意)は「契約書等がないなど、内容が明確でない」としており、契約書未作成の事業者をチェックできる内容とした。
サービスに不備があった場合の損害賠償について、契約書に記載があるか	損害賠償の条項の有無が確認できる内容とした。また、損害賠償の条項がある場合の賠償額についても確認のできる内容とした。
クーリング・オフに関する説明があるか	訪問販売や通信販売を前提とし、特商法で書面交付の義務がある「クーリング・オフに関する説明有無」を確認できる内容とした。
個人情報の取り扱い方法を定めているか	個人情報の取り扱いについて、プライバシーマーク（Pマーク）等の認定や、取り扱いに関する社内基準などについて、書面等で表示されているか確認できる内容としている。個人事業主や規模の小さい企業など「個人情報取扱事業者に該当しない事業者」はこれらを定めていないことも想定されるため、チェック項目とした。
契約方法について	対面契約を推奨する内容とした。郵送による契約が不適切なわけではないが、契約内容について十分な説明受けることや、消費者側から質問ができないことが想定されるため（普通～注意）としており、消費者が注意できる仕掛けとしている。
空き家の鍵の管理体制は整っているか	鍵が複製できない仕組みや管理の仕方など、事業者側の管理体制を確認できる内容とした。
作業中の空き家の鍵の紛失防止策を定めているか	紛失防止の具体策を記載することで、事業者が講じている紛失防止策を確認できる内容とした。
空き家で作業する作業員の管理方法は	事業者がによる作業員の管理方法を確認できる内容とした。また、作業員以外がチェックできる仕組みの一例として、ホームセキュリティを例示している。

③ トラブル解決ガイドラインの作成

消費者が空き家管理サービスを利用する際、トラブルの未然防止と事後の解決方法を示すことで、安心してサービスを利用して頂くことを目的としてトラブル解決ガイドラインを作成した。

昨年度の事業で収集した、空き家管理サービス関連事業分野のトラブル事例等を参考例とし、想定される11項目のトラブル内容と、これに対応した解決方法を、弁護士のアドバイスを受けまとめた。まとめた内容はトラブル解決ガイドラインとして編集し、作成したガイドラインは協議会ホームページに掲載した。(表5)

表5 想定されるトラブルと解決方法

想定されるトラブル内容	トラブルの解決方法
<p>強引なセールスで仕方なく契約してしまった。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・訪問販売や電話勧誘販売などの場合には、いったん契約を断った消費者に対する勧誘の継続や再勧誘が禁止されているため（特定商取引法3条の2、17条）、契約の意思がないことをはっきりと契約者に示すこと。 ・また、訪問販売や電話勧誘販売の場合、法定の書面受領後8日以内であればクーリング・オフできる（特定商取引法9条、24条）。
<p>空き家管理サービスの結果、報告書などで、不安を煽られ、別の高額な商品やサービスを契約してしまった。 （例：根拠がないにも関わらず、家屋が老朽化しており倒壊の恐れがある等といわれ、リフォーム工事をすすめられるがまま契約してしまった。）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者は遠隔地に居住しているなどの理由で空き家を自分で確認することが困難なこと多いため、事業者からの報告内容を鵜呑みにしがちであるが、できるだけ自分で現状を確認することが望ましい。また、同種のサービスについて他社に見積もりを取る等して、作業内容や金額の妥当性などを確認することも重要である。 ・特定商取引法に基づくクーリング・オフができる場合もあり（特定商取引法9条、24条）、また、事実と異なることを告げられて契約を締結してしまった場合には、消費者契約法に基づく契約の取消し（消費者契約法4条）ができる場合がある。
<p>空き家管理サービスが無料で利用できるとの説明だったのに、利用するには他の有料のサービスと抱き合わせで契約しなければならなかった。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・事業者の説明する「無料」の内容、範囲、他の有料サービスの契約を締結する等の条件が付いていないのかなどを契約を締結する前に必ず確認すること。 ・また、訪問販売や電話勧誘販売の場合、法定の書面受領後8日以内であればクーリング・オフできる（特定商取引法9条、24条）。
<p>契約の意思がなく、契約書も作成していないのに、事業者側が一方的に契約の成立を主張し、サービスを開始してしまった。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・契約は口頭の合意だけでも成立するが、口頭の合意だけでは、契約の成立や内容を証明することが困難である、必ず契約書を作成すること。 ・訪問販売や電話勧誘販売などの場合には、契約時に法定の事項を記載した書面を事業者から交付してもらうこと（特定商取引法5条、19条）。 ・また、訪問販売や電話勧誘販売の場合、法定の書面受領後8日以内であればクーリング・オフできる（特定商取引法9条、24条）。
<p>契約を途中解約したら違約金を請求された。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・契約内容によっては、その期間内に解約する場合、違約金が必要になることがある。特に割引性が強いプランの場合にその傾向が見られる。契約する場合、あわててその場で契約せず、落ち着いた環境で契約書や約款に目を通し、契約前に必ず解約方法や違約金の有無などを確認すること。 ・また、特定商取引法や消費者契約法で契約の解除等に伴う損害賠償等の額が制限されており、定められた金額以上の支払を消費者に請求することはできないこととなっているので、違約金の金額等を確認すること（特定商取引法10条、25条、消費者契約法9条等）。
<p>契約書面にクーリング・オフについての記載がなく、クーリング・オフできないと言われた。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・訪問販売や電話勧誘販売などにおけるクーリング・オフは法律上消費者に認められた制度であり、書面に記載がなくても消費者は行うことができる（特定商取引法9条、24条）。また、訪問販売や電話勧誘販売の場合、特定商取引法で契約の前後で法定の事項を記載した書面の交付が義務付けられており（特定商取引法4条、5条、18条、19条）、クーリング・オフについても記載が必要とされている。この記載がなければ、いつまでもクーリング・オフが可能となる。なお、事業者が不実の告知を行って消費者が誤認してクーリング・オフを行わなかった場合には、クーリ

	<p>ング・オフができることなどを記載した書面を事業者が改めて交付し、かつ、その意味を説明した日から8日間経過するまではクーリング・オフ期間が延長される（特定商取引法9条、24条）。</p>
<p>請求された金額が、広告表示と比べ高額になった。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広告やホームページ等では契約内容の詳細まで記載していない場合があるため、事前に契約書等で契約条件を確認すること。特に空き家管理サービス以外のオプションサービスがある場合等は、その料金に関しても確認すること。特に、訪問販売や電話勧誘販売の場合、事業者は、料金について、契約の前後で書面に記載して交付しなければならない。また、通信販売の場合は広告の中で料金について明記する必要がある。それらをきちんと確認すること（特定商取引法4条、5条、18条、19条、11条）。 ・ 事実と異なることを告げられて契約を締結してしまった場合には、消費者契約法に基づく契約の取消し（消費者契約法4条）ができる場合がある。
<p>サービスの内容が契約時と異なっている。また、十分な説明がないまま、想定外の作業を行われた。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 契約書に記載されているサービス内容を必ず確認し、契約書に不明な点が残る場合には、事業者に問合せること。 ・ 想定外の作業が行われてしまった際には、契約書などで、事業者が実施した作業が契約内のサービスであるかどうかを確認すること。
<p>サービス中に事業者の不注意により家財を壊されてしまった。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業者には責任があるのであれば、弁償（損害賠償）を求めることができる。事業者には責任があることを明確にするには、サービス開始前の状態を写真等に撮影して記録として残しておくことが重要。 ・ 契約書に損害賠償の条件や範囲、金額等が記載されているか確認すること。記載のない場合には事業者を確認すること。 ・ また、消費者契約法では損害賠償について事業者の責任を減免することに一定の制限を加えており、例えば、「その全部を免除する（事業者側が一切責任を負わない）」という内容は無効となる（消費者契約法8条）。
<p>消費者が事業者に苦情を申し出ても、取り合ってもらえない。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業者には苦情を取り合ってもらえない場合、都道府県や市町村に設置されている消費生活センターや法テラス等の相談窓口を活用すること。 ・ また、事前に事業者にお問い合わせ先（苦情窓口）を確認すること。
<p>契約解約後に他の業者からの勧誘電話やDMが急増した。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 空き家管理サービスの契約情報が他の業者に出回っている恐れがあるため、自分の個人情報の取扱方法について、事業者を確認することが重要。 ・ 個人情報保護法上、個人情報の取得、利用、第三者への提供等には制限がある（個人情報保護法15条～23条）。個人情報の取扱いに関する認定として、プライバシーマーク（Pマーク）やJIS Q 15001（個人情報保護マネジメントシステム）等があるので、事業者がこういった認定を取得しているかを確認することも、上記の法の制限を遵守している信頼できる事業者を選択するひとつの目安となる。

2) 業界コンプライアンスの増進を図る取組

① コンプライアンスマニュアルの作成

空き家管理サービス業界のコンプライアンス体制整備と消費者保護を目的として、空き家管理サービス提供事業者がサービスを提供する際に参考として頂けるコンプライアンスマニュアルを作成した。

作成手順は、昨年度に作成したコンプライアンスマニュアル案の「空き家管理サービスに関連する法律」と「想定されるトラブルとその対策」をより詳細な内容とし、新規項目として、コンプライアンスの仕組みづくりに必要な「コンプライアンス体制」を追加した。作成したマニュアルは、弁護士の意見を取り入

れ精査したうえでホームページに掲載した。コンプライアンスマニュアルの構成は表6のとおり。

表6 コンプライアンスマニュアル構成

構成	主な内容
はじめに	本マニュアルは、空き家管理サービス業界のコンプライアンス体制の整備と消費者保護を目的とし、特に空き家管理サービスに必要と思われる法令および、事業者が知るべきトラブル事例を紹介したものです。
コンプライアンスとは	コンプライアンスは企業などが法令や各種規則に加え社会常識などの基本的ルールを守ることです。
コンプライアンスの重要性	<p>コンプライアンスは空き家管理サービスについては次の点において特に重要と言えます。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・空き家管理サービスは社会問題である「空き家問題」の解決に貢献できる事業であり、不祥事が起こった際、業界全体のイメージダウンに繋がりがねない。 ・無人の住宅でサービスを提供する為、サービス事業者にはコンプライアンス意識及び高い倫理観が求められる。
コンプライアンス体制	<p>企業内でコンプライアンスの仕組みづくりをする場合、一般的には3つの分野で構成されています。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 規程（マニュアル） 2 組織 3 教育
空き家管理サービスに関連する法律	<p>空き家管理サービスを行うに際して特に関係の深い法律をまとめました。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 民法 <ul style="list-style-type: none"> (1) 空き家の所有者が負う義務に関するもの (2) 空き家管理サービス契約に関するもの 2 消費者契約法 <p>消費者契約法は、消費者と事業者との間で交渉力に差があることを踏まえて、以下のようなルールによる消費者を保護しています。空き家管理サービス契約は、消費者と管理事業者との間で締結されることが多く、管理事業者は、消費者契約法を理解しておく必要があります。</p> 3 特定商取引法 <p>トラブルが起きやすい取引（訪問販売、電話勧誘販売、通信販売）を対象に、主に消費者を保護するために以下のようなルール定めています。空き家管理サービス契約は、訪問販売、電話勧誘販売、通信販売に該当するケースが多いと考えられ、管理事業者は、特定商取引法を理解しておく必要があります。</p> 4 個人情報保護法 <p>事業者は、空き家管理サービスを実施するに当たり、ほとんどの場合、利用者から個人情報を取得することになります。</p> <p>そこで、管理事業者は、個人情報の保護に関する法律を理解しておく必要があります。個人情報保護法では、情報取扱事業者に対して次のような義務を課しています。</p> <ul style="list-style-type: none"> (1) 利用目的の特定（15条）

	<p>(2) 利用目的による制限 (16条)</p> <p>(3) 利用目的の通知 (17条)</p> <p>(4) 安全管理措置 (20条)</p> <p>(5) 第三者提供の禁止 (23条)</p> <p>(6) 公表等 (24条)</p> <p>5 廃棄物の処理及び清掃に関する法律</p> <p>(1) 管理に関する事項</p> <p>(2) 許認可に関する事項</p> <p>6 条例</p> <p>空き家管理に関する条例を定めている自治体が多数あります。例えば、次のような内容が定められていることがあります。</p> <ul style="list-style-type: none"> 所有者等に適正に維持管理する義務を課す。 自治体の職員に空き家への立入調査権限を与える。 						
<p>消費者トラブルの防止について</p>	<p>空き家管理サービスの業務実施に際し、想定されるトラブルの未然防止や、いざ起こってしまったときの解決方法を事業者の視点でまとめました。</p> <table border="1" data-bbox="507 831 1406 1872"> <thead> <tr> <th data-bbox="507 831 852 920">想定されるトラブル内容 (消費者の視点で記載)</th> <th data-bbox="852 831 1406 920">トラブルの解決方法</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="507 920 852 1424"> <p>空き家管理サービスの結果、報告書などで、不安を煽られ、別の高額な商品やサービスを契約してしまった。</p> <p>(例：根拠がないにも関わらず、家屋が老朽化しており倒壊の恐れがある等といわれ、リフォーム工事をすすめられるがまま契約してしまった。)</p> </td> <td data-bbox="852 920 1406 1424"> <ul style="list-style-type: none"> 消費者が遠隔地に居住しているなどの理由で空き家を確認することが困難な状況を悪用し、事実でない情報を伝え他のサービスの契約に誘導するようなセールス活動は絶対にしないこと。 他のサービスを提案する場合は、消費者がサービスの要否について、正しく判断できるように正確な情報提供や根拠を示すこと。 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="507 1424 852 1872"> <p>契約を途中解約したら違約金を請求された。</p> </td> <td data-bbox="852 1424 1406 1872"> <ul style="list-style-type: none"> 契約内容として契約解除に伴う違約金を設定する場合には、必ず契約時に十分な説明をすること。 また、特定商取引法や消費者契約法で契約の解除等に伴う損害賠償等の額が制限されており、定められた金額以上の支払を消費者に請求することはできないこととなっているので、設定した違約金の金額等を確認すること(特定商取引法10条、25条、消費者契約法9条等)。 </td> </tr> </tbody> </table>	想定されるトラブル内容 (消費者の視点で記載)	トラブルの解決方法	<p>空き家管理サービスの結果、報告書などで、不安を煽られ、別の高額な商品やサービスを契約してしまった。</p> <p>(例：根拠がないにも関わらず、家屋が老朽化しており倒壊の恐れがある等といわれ、リフォーム工事をすすめられるがまま契約してしまった。)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 消費者が遠隔地に居住しているなどの理由で空き家を確認することが困難な状況を悪用し、事実でない情報を伝え他のサービスの契約に誘導するようなセールス活動は絶対にしないこと。 他のサービスを提案する場合は、消費者がサービスの要否について、正しく判断できるように正確な情報提供や根拠を示すこと。 	<p>契約を途中解約したら違約金を請求された。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 契約内容として契約解除に伴う違約金を設定する場合には、必ず契約時に十分な説明をすること。 また、特定商取引法や消費者契約法で契約の解除等に伴う損害賠償等の額が制限されており、定められた金額以上の支払を消費者に請求することはできないこととなっているので、設定した違約金の金額等を確認すること(特定商取引法10条、25条、消費者契約法9条等)。
想定されるトラブル内容 (消費者の視点で記載)	トラブルの解決方法						
<p>空き家管理サービスの結果、報告書などで、不安を煽られ、別の高額な商品やサービスを契約してしまった。</p> <p>(例：根拠がないにも関わらず、家屋が老朽化しており倒壊の恐れがある等といわれ、リフォーム工事をすすめられるがまま契約してしまった。)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 消費者が遠隔地に居住しているなどの理由で空き家を確認することが困難な状況を悪用し、事実でない情報を伝え他のサービスの契約に誘導するようなセールス活動は絶対にしないこと。 他のサービスを提案する場合は、消費者がサービスの要否について、正しく判断できるように正確な情報提供や根拠を示すこと。 						
<p>契約を途中解約したら違約金を請求された。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 契約内容として契約解除に伴う違約金を設定する場合には、必ず契約時に十分な説明をすること。 また、特定商取引法や消費者契約法で契約の解除等に伴う損害賠償等の額が制限されており、定められた金額以上の支払を消費者に請求することはできないこととなっているので、設定した違約金の金額等を確認すること(特定商取引法10条、25条、消費者契約法9条等)。 						

	<p>サービス中に事業者の不注意により家財を壊されてしまった。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業者には責任がある場合は、弁償（損害賠償）に応じること。 ・ 責任の有無を明確にするために、サービス開始前の状態を写真等に撮影して記録として残しておくことが重要。 ・ 十分な賠償限度額の賠償責任保険に加入するなどし、万一の損賠賠償請求に耐えられるようにすること。 ・ 契約書に損害賠償に関する条項を記載し、損害賠償の条件や範囲、金額等について定めた場合には消費者に説明をすること。 ・ 損害賠償については消費者契約法に基づいた契約内容とすること。※例）消費者契約法では損害賠償について、「その全部を免除する（事業者側が一切責任を負わない）」という内容は無効となる（消費者契約法8条）。
	<p>契約解約後に他の業者からの勧誘電話やDMが急増した。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 個人情報の取扱いについて、個人情報保護法上の制限を遵守すること（個人情報保護法15条～23条） ・ 個人情報の取扱いに関する認定であるプライバシーマーク（Pマーク）やJIS Q 15001（個人情報保護マネジメントシステム）等の取得も、消費者が優良な事業者を選択するひとつの目安となる。

※トラブル事例は「トラブル解決ガイドライン」と同じ事例を用いた。

3) 空き家管理ビジネスの事業環境整備を図る取組

① 代表的なサービスにおける提供要領の決定

昨年度の事業で収集したアンケート結果を参考に、消費者のニーズと合致したサービスを選定し提供要領を定めることで、事業環境を整備し空き家管理サービスの利用促進を目的とする。

本資料は空き家管理サービス提供事業者側が活用することを想定しており、サービスメニューの構成やサービス実施にあたっての注意事項などを参考にすることによって、空き家管理サービスにおける品質の底上げを期待している。完成した資料はホームページに掲載した。構成は表7のとおり。

表7 空き家管理サービスにおける標準的なサービス内容および提供要領の構成

構成	主な内容		
はじめに	空き家の所有者・関係者に対するアンケート調査から得られた「空き家を見回る際実際に行っている項目」の上位項目を、ニーズ高いサービスと位置付け、空き家管理サービスの標準的なサービス内容とし、各サービス提供時における提供要領（注意事項）をまとめました。		
標準的な空き家管理サービス	空き家所有者・関係者が空き家を見回る際に、実際に行っている項目の上位7項目を標準的な空き家管理サービスとしております。		
	サービス内容	※見回る際行っている割合	サービスの概要（例）
	通風、換気	75.0%	窓、扉などの開口部を一定時間開放し、建物内の空気を入れ替えることで、カビ等の発生を防ぐことを目的とする。
	清掃	64.6%	床、家具等の拭き掃除、掃き掃除をする。清掃の範囲や内容についてはお客様の要望による。
	庭木の状態確認	58.3%	敷地内の植栽や雑草を確認し、伸びすぎている場合にはお客様に報告する。
	郵便ポスト内の整理整頓等	58.3%	郵便ポスト（郵便受け）にチラシなどの投函物が溜まっていないかを確認する。投函物が溜まっている場合にはお客様に連絡する等して、処理方法について確認する。
	建物の外観確認	54.2%	建物外観を目視で確認し、外壁にひびが入っていないか、屋根瓦などが剥がれていないかなどを確認する。
	通水	31.3%	台所、洗面所などの水道の通水を行う。
	建物内部確認（雨漏り確認）	20.8%	建物内を点検し、雨漏りや壁紙の剥がれ等を確認する。
<p>※「見回る際行っている割合」は、昨年度の行った「空き家の所有者・関係者に対するアンケート調査」から得られた「空き家を見回る際実際に行っている項目」の割合を示す。</p> <p>サービス内容の選定にあたっては、空き家所有者の持つ小さなニーズにも対応できるよう、「見回る際行っている割合」が20%以上のものを選定した。</p>			

サービスの提供要領（注意事項）について	<p>空き家管理サービスの提供要領を「共通事項」と「個別サービスに関する事項」について定めております。尚、トラブル防止の観点から注意事項をあわせて記載しております。</p> <p>(1) 共通事項（抜粋）</p>	
	段階	提供要領・注意事項
	サービス募集時 (広告掲載時など)	<ul style="list-style-type: none"> サービス内容（金額、仕様等）について、消費者に対し必要な情報は提供すること。
	サービス契約時	<ul style="list-style-type: none"> 建物の鍵を預かる際に、ロープやチェーン等を使用し紛失防止策を講じる。 契約書にはクーリングオフや賠償責任等、消費者の権利を損ねない文言が記載されているか確認する。 契約書はサービス実施前に締結する。
	サービス実施前	<ul style="list-style-type: none"> サービス提供前に建物の状態を写真等で記録に残しお客様との確認を実施する。
	サービス実施期間中	<ul style="list-style-type: none"> サービスの実施結果を必ず記録する。 宅内での作業時間を記録に残す。 施錠忘れ、電気の消忘れ、水道の締め忘れ等ないかを確認する。 契約に基づいた報告方法でサービスの実施内容を報告する。
	サービス解約後	<ul style="list-style-type: none"> 鍵を預かっている場合所定の要領で返却し記録を残す。 個人情報の処分や返却の要領が定まっているか。
	<p>(2) 個別サービスに関する事項（抜粋）</p>	
	サービス内容	提供要領・注意事項
	通風、換気	<ul style="list-style-type: none"> 事前にどの扉を開放するか確認する 窓、玄関、押入れ等を開放する 開放する際、石等が挟まっていないか、動かしづらくなっていないかを確認する 開放する際は空気の通り道ができるように工夫する 雨天時は避ける 虫の侵入を防ぐために網戸を閉める カーテンを閉めたまま換気を行い物が壊れるのを防ぐために、カーテンを止めておく 扉の閉め忘れがないように開けた箇所を確認する
清掃	<ul style="list-style-type: none"> 清掃箇所および方法の事前確認を徹底する 掃除をすることによって家具等を傷めないように、素材を確認しておく 掃除機等家電を利用して清掃を行う場合は、電気の契約を依頼しておく 薬剤を利用する場合は事前にテストを行う 物を壊さないように注意しながら清掃を行う 	

		<ul style="list-style-type: none"> ・清掃方法に関する教育を定期的実施する ・契約内容に基づいた作業を行う
	庭木の状態確認	<ul style="list-style-type: none"> ・雑草や庭木が伸びすぎていないかを確認する ・庭木が隣家との境界線を越えていないかを確認する ・台風や大風等の後は特に注意して確認する
	郵便ポスト内の整理整頓等	<ul style="list-style-type: none"> ・郵便物が空き家に届かないように住所変更などを行う ・投函物の取扱についてお客様と事前に確認する
	建物の外観確認	<ul style="list-style-type: none"> ・窓ガラスの割れなどを確認する ・外周フェンス、外壁等の破損がないかを確認する ・敷地にゴミ等が投棄されていないかを確認する ・壁にひびが入っていないかを確認する ・屋根の瓦がはずれていないかを確認する
	通水	<ul style="list-style-type: none"> ・水道の契約継続を依頼する ・キッチン、浴室、洗面台、トイレ、洗濯機の水道を開ける ・水道の閉め忘れに注意する
	建物内部確認（雨漏り確認）	<ul style="list-style-type: none"> ・天井に雨漏りの跡がないかを確認する ・建物内に破損箇所がないか確認する

② モデル約款及びモデル重要事項説明書の作成

消費者が安心してサービスを依頼できる環境を整備すること目的とし、空き家管理サービスの契約書に盛り込むべき項目を定め、モデル約款および重要事項説明書を作成した。本資料は空き家管理サービス提供事業者側が活用することを想定しており、空き家管理サービス契約書の品質の向上を期待している。

作成にあたっては昨年度のモニター調査を通じて収集した「空き家管理サービスの契約書」や「協議会会員が個人向けに提供しているサービスの契約書」等を参考に、記載する内容を検討した。販売方法は訪問販売や通信販売を前提とし、特商法の申込・契約書面に記載しなければならない事項を盛り込み、弁護士の見解を取り入れ精査を行った。完成した資料はホームページに掲載した。

また、事業者が参考にすることを前提に作成した。ホームページへの掲載にあたっては、解説文を入れることで事業者が理解しやすくなる工夫をした。

ア モデル約款

契約書（約款）の構成は表8のとおり。資料化にあたり契約書参考例に解説文を加え完成させた（図2）。

表8 契約書（約款）の構成

項目	解説文
表題	契約の概略やサービス名が分かるものとします。
契約当事者	事業者は氏名・名称、住所・電話番号、法人代表者名を記入します。
前文	契約内容や概略などを記載します。
契約締結日	契約締結日を記載します。
契約担当者氏名	お客様との契約を担当した担当者の氏名を記載します。
サービスの種類	提供するサービス内容を詳しく記載し、契約の履行条件を明らかにします。提供するサービスの項目や作業内容は、事業者ごとの内容となりますが、分かりやすく記載して下さい。

報告	サービス提供後、契約者に作業結果を報告する際の要領について記載します。空き家管理サービスはお客様の立会いがない状態でサービスを提供するので、サービス実施結果の報告は重要な項目です。
サービス提供の条件	事業者がサービスを受ける際の条件等を記載します。
契約期間	契約期間（満了日）などを記載します。
サービス提供期間	サービス提供期間を記載します。
契約料金に関する事項	契約代金、支払方法、支払時期等を記載します。
クーリング・オフ	クーリング・オフは、消費者が訪問販売などで契約した場合に、一定期間であれば無条件で、一方的に契約を解除できる制度です。この制度は特商法上特に重要な項目あり、書面等に記載する場合、「赤字・赤字・8ポイント以上の活字で記載しなければならない」と定められています。
解約	解約する際の手続き方法や条件について記載します。
損害賠償	サービスに基づく仕事に瑕疵があった場合などにより、契約者に損害が生じた場合の損害賠償の範囲等について記載します。尚、本条項が無いことで、事業者側が損害賠償責任を負わないことになる訳ではありませんが、想定されるトラブルとその対応について契約に盛り込むことは、消費者にとって安心であると言えるでしょう。
機密保持	空き家管理サービス事業者は、契約に際して住宅間取りや電子錠の暗証番号などの機密情報を知ることとなりますので、それらの取り扱いについて定めます。
個人情報	空き家管理サービスは主に消費者を対象としており、契約やサービス提供に際して個人情報を取り扱うこととなりますので、それらの取り扱いについて定めます。

図2 空き家管理サービス契約書（参考例）

空き家管理サービス契約書（参考例）

空き家管理サービス契約書

（表題）
契約の概略やサービス名が分かる表題としましょう。

甲：住所 東京都〇〇区〇〇1丁目2番3号
氏名 〇〇 〇〇 印

乙：住所 東京都〇〇区〇〇4丁目5番6号
名称 株式会社〇〇〇〇
代表者 代表取締役 〇〇 〇〇 印
電話番号 〇3-****-*****

（当事者）
契約当事者を記載します。事業者は氏名・名称、住所・電話番号、法人代表者名を記入します。

甲と乙は、空き家管理サービスに関して、本契約書に記載の通り契約を締結しました。

契約締結日：平成**年**月**日
担当者氏名： 〇〇 〇〇

（前文）
契約内容や概略などを記載します。

（サービスの種類）
乙は甲に対し、本契約書に基づいて、業務対象施設に対し、次に定めるサービスを提供することを約し、お客様はこれを承諾しました。

■業務対象施設	
名称	〇〇 〇〇 邸
所在地	東京都〇〇区〇〇7丁目8番9号
■サービス名称	
サービス名称	空き家管理サービス
プラン	Aプラン
■サービス内容	
次のサービス項目を月に*回実施します。	
サービス項目	作業内容
通風換気	業務対象施設内の全ての窓を開放し、通風換気を行います。窓の開放時間は60分とし……………(詳細を記載)
清掃	……………
庭木の状態確認	……………
……………	……………

（契約締結日）
契約締結日を記載します。

（契約担当者氏名）
お客様との契約を担当した担当者の氏名を記載します。

（サービスの種類）
提供するサービス内容を詳しく記載し、契約の履行条件を明らかにします。提供するサービスの項目や作業内容は、事業者ごとの内容となりますが、分かりやすく記載して下さい。

項目例) 業務対象施設、サービス名称（プラン名）、サービス内容、作業頻度など

(報告) 乙はサービス実施後、その結果を甲に*****の方法で報告するものとします。 ※報告要領はサービス内容に合わせ、記載して下さい。	
(サービス提供の条件) 本サービスの提供は*****を条件とします。 ※郵便物の転送手続きや清掃など、サービス提供前にお客様にして頂く事項等を定めます。	
(契約期間) 本契約の契約期間は平成**年**月**日から平成**年**月**日の間とします。 ※以下、契約更新などの定めがある場合にはその旨を追加して下さい。	
(サービス提供期間) 本契約のサービス提供期間は平成**年**月**日から平成**年**月**日の間とします。	
(契約料金に関する事項)	
契約料金	月額 * , * * * * 円 (税別)
支払方法	乙の指定する銀行口座へ振込とし、振込手数料は甲の負担とします
支払時期	毎月5日までに一ヶ月分の契約料金を支払うものとします

(報告)
サービス提供後、契約者に作業結果を報告する際の要領について記載します。空き家管理サービスはお客様の立会いがない状態でサービスを提供するので、サービス実施結果の報告は重要な項目です。

(サービス提供の条件)
事業者がサービスを受ける際の条件等を記載します。

(契約期間)
契約期間（満了日）などを記載します。

(サービス提供期間)
サービス提供期間を記載します。

(契約料金に関する事項)
契約代金、支払方法、支払時期等を記載します。

(クーリング・オフ) 甲は、訪問販売又は電話勧誘販売の方法で本サービス契約を締結した場合、書面により本サービス契約の解除（以下本条において「クーリング・オフ」といいます。）を行うことができるものとします。ただし、甲が契約書及び本約款を受領した日から起算して8日を経過した場合には、この限りではないものとします。 ※以下、クーリング・オフに関する条項の詳細を追記して下さい。 (例) クーリング・オフは、甲がクーリング・オフに係る書面を発した時にその効力を生ずるものとします。	
---	--

(クーリング・オフ)
クーリング・オフは、消費者が訪問販売などで契約した場合に、一定期間であれば無条件で、一方的に契約を解除できる制度です。この制度は特商法上特に重要な項目あり、書面等に記載する場合、「赤枠・赤字・8ポイント以上の活字で記載しなければならない」と定められています。

(解約) 甲または乙は、解約日を記載した書面を相手方に通知することにより、本契約を解約することができます。 ※以下、解約通知日について条件を定める場合にはその旨を追加して下さい。また、特商法上、契約解除に関する特約がある場合にはその定めを記載する義務を負います特約を定める場合、解約（契約解除）ができない旨は定めはならないとされています。	
--	--

(解約)
解約する際の手続き方法や条件について記載します。

(損害賠償) 乙は本サービスに際し、乙の責及び乙の従業員の故意、または過失により甲もしくは第三者に損害を与えた場合には、その損害を賠償します。 ※以下、賠償額の設定がある場合には	
--	--

(損害賠償)
サービスに基づく仕事に瑕疵があった場合などにより、契約者に損害が生じた場合の損害賠償の範囲等について記載します。
尚、本条項が無いことで、事業者側が損害賠償責任を負わないことになる訳ではありませんが、想定されるトラブルとその対応について契約に盛り込むことは、消費者にとって安心であると言えるでしょう。

(機密保持) 乙は、本サービス契約に関して甲から知った機密情報（個人情報を除きます）を、善良な管理者の注意をもって管理し、第三者に開示又は漏洩してはならないものとします。 ※以下、機密情報の使用条件などについて定める場合には、その旨を追加して下さい。	
--	--

(機密保持)
空き家管理サービス事業者は、契約に際して住宅間取りや電子錠の暗証番号などの機密情報を知ることとなりますので、それらの取り扱いについて定めます。
※本項に定める機密情報は個人情報を除きます。個人情報に関する事項は次項に記載しております。

(個人情報) 乙は、個人情報の保護に関する法律に従い、本サービス契約に関して甲から知った個人情報の安全管理のために必要かつ適切な措置を講じるものとします。 ※以下、個人情報の利用目的などについて定めます。また、適用除外や提供範囲などについて定める場合には、その旨を追加して下さい。	
---	--

(個人情報)
空き家管理サービスは主に消費者を対象としており、契約やサービス提供に際して個人情報を取り扱うこととなりますので、それらの取り扱いについて定めます。

イ モデル重要事項説明書

契約書（約款）の構成は表9のとおり。本資料は消費者が契約内容の理解を深めるための補助資料として作成した。資料化にあたって、重要事項説明書参考例に解説文を加え完成させた（図3）。

表9 重要事項説明書の構成

項目	解説文
事業者の情報	会社名・代表者名に加え、消費者の問い合わせに答えられるように電話番号を記載しましょう。
前文	本書の目的を記載しましょう。また、空き家管理サービスの契約において使用する他の資料等についても明記しましょう。
サービスの概要	契約書に記載したサービス概要をより詳細に記載するなどし、消費者に分かりやすい内容にしましょう。

報告	サービス提供後、契約者に作業結果を報告する際の要領について記載します。
サービス提供前のご準備	契約書内で「サービス提供の条件」として定めている項目を、お客様側の準備事項という項目で記載しましょう。 項目番号で列挙する他に、チェックリスト形式にするのも良いでしょう。
契約料金に関する事項	契約代金、支払方法、支払時期等を記載します。料金や支払に関する事項は特に重要ですので、契約書の内容を再掲するなどしましょう。
クーリング・オフ	消費者の権利である、クーリング・オフについて記載します。契約書の条項に加えて、クーリング・オフを行う場合の方法（ハガキの記載方法等）を記載しましょう。 契約書同様に、赤枠・赤字・8ポイント以上の活字で記載することが望ましいです。
解約	契約書に定める解約条項の詳細を記載しましょう。本記入例にはお客様からの解約と、事業者からの解約に分けて記載しております。
損害賠償に関する事項	契約書に定める損害賠償に関する項目に加え、実際に損害が発生した場合の手続きを記載しましょう。
機密情報・個人情報	契約書の内容を再掲しております。この他に個人情報の取り扱いについて、詳細を契約書で示していない場合はその旨を追加しましょう。 項目例：情報の取扱範囲、情報を他者に提供する場合の条件等
文体について	契約書が文語体である場合には、重要事項説明書は口語体で記載するなどし、消費者が読みやすくなる工夫をすると良いでしょう。

図3 空き家管理サービス重要事項説明書（参考例）

空き家管理サービス重要事項説明書（参考例）

空き家管理サービス重要事項説明書（参考例）

株式会社 ○○○○○○
代表取締役 ○○ ○○
電話番号 03-****-****

この説明書は、空き家管理サービス契約の概要を説明するものです。パンフレットやお見積所、契約書約款とあわせてよくお読みいただくとともに、不明な点は担当者へご相談下さい。

（サービスの種類）
空き家管理サービスの契約において株式会社○○○○○が行う業務は、空き家である業務対象施設について、次のサービスを提供することです。

サービス項目	作業内容
通風換気	業務対象施設内の全ての窓を開放し、通風換気を行います。窓の開放時間は60分とします。
清掃
庭木の状態確認
.....

（報告）
株式会社○○○○○は、空き家管理サービスを実施した場合には、その結果報告書を郵送でお客様に提出します。

（サービス提供前のご準備）
本サービスの提供にあたり、お客様は、業務開始日までに次のご準備をお願い致します。

- 1 郵便物の郵送先変更や転送の手続きをお願い致します。
- 2
- 3

※以下、他にお客様側で実施いただく事項を定める場合は、その旨を追加して下さい。
（例）清掃、給湯器の水抜き、水道利用の契約継続、火災保険への加入など

（重要事項説明書の位置付け）
本重要事項説明書は、消費者が契約内容の理解を深めるための補助資料として作成しています。
宅地建物取引や保険販売などのように説明の義務があるわけではありませんが、サービス内容の正しい理解やトラブル防止の観点から作成することをおすすめ致します。

（事業者の情報）
会社名・代表者名に加え、消費者の問い合わせに答えられるように電話番号を記載しましょう。

（前文）
本書の目的を記載しましょう。また、空き家管理サービスの契約において使用する他の資料等についても明記しましょう。

（サービスの概要）
契約書に記載したサービス概要をより詳細に記載するなどし、消費者に分かりやすい内容にしましょう。

（報告）
サービス提供後、契約者に作業結果を報告する際の要領について記載します。

（サービス提供前のご準備）
契約書内で「サービス提供の条件」として定めている項目を、お客様側の準備事項という項目で記載しましょう。項目番号で列挙する他に、チェックリスト形式にするのも良いでしょう。

4) その他空き家の適正管理に関連するビジネスの育成・普及に必要と思われる取組

1)～3)の取り組み等により、消費者保護や事業環境を十分に整備しても空き家管理の必要性和サービス
の認知度が低い状態では、空き家管理ビジネスの継続的な発展は難しいと考える。そこで空き家を持つ層
への啓発活動を行うことにより、本ビジネスの必要性やその効果を知らしめ、サービスの利用機会を増や
し市場の拡大を図ることで、ビジネスを持続させ、発展させる。

① 啓発先選定

啓発対象を「空き家を持つ層」および「これから空き家となる家に住んでいる層」に絞り、協議会内で
議論した結果、「長期不在などその他の空き家」になるきっかけに、「福祉施設への入所」が多いことに着
目し、持ち家を残し入居する可能性が高い「有料老人ホーム」を本年度の啓発対象とすることとした。啓
発活動にあたり、コンサルティング会社に調査を依頼し、有料老人ホーム等の運営事業者に対するヒアリ
ングを行うことで、空き家管理の現状と問題点の把握をした。

ア 有料老人ホーム等における空き家管理の現状整理と問題点・課題の整理

有料老人ホーム等の運営事業者3社に対するヒアリングから得られた結果は表10のとおり。各運営事
業者共に入居者の空き家管理保有状況を概ね把握しており、入居者ならびにその家族に空き家管理のニー
ズはあるとの認識はあるが、依頼されても対応できないというのが現状である。一方で、空き家管理サ
ービスを入居者へ勧めることが入居促進に繋がるという考えもあり、サービスの内容について情報を得た
いという希望がある。

表10 ヒアリング結果

ヒアリング項目	回答から得られた結果
入居者の空き家保有状況	各事業者とも入居時に財産状況をヒアリングしていることから、 <u>空き家保有の状況を概ね把握している。</u> 具体的な保有数・率は各社により異なるが、空き家が発生していることが伺える。
維持管理状況	多くの有料老人ホーム等事業者は専門的に同事業を行なっている場合が多く、 <u>空き家管理についてのノウハウがないため、仮に入居（希望）者から依頼されても、対応できないというのが実状である。</u>
空き家管理への関わり方	事業者の3社中2社が入居者の <u>空き家管理のニーズはあると感じている。</u> しかし、事業者ではノウハウが無い為、積極的に関わっていない。また、空き家管理事業者から入居者の斡旋依頼を受け、パンフレットを設置している事業者もあった。
空き家管理の今後について（含む賃貸、売却、有効活用などの意向）	<u>空き家管理を直接手がける考えはないが、何らかの対策を講じることが必要だとする例もある。</u> また、生活資金の一部とするため自宅を賃貸したいという人にとって賃貸が成約するまでの期間空き家管理を必要と考える場合もある。
空き家管理について情報収集手法、情報受信の現状	情報収集や受信を積極的に行なっている例はないが、事業者の3社中2社は、 <u>空き家管理の情報を入手することが入居促進につながるという考えを持っている。</u> 空き家管理についての情報、知識はほとんどないので、サービスの内容が分かる資料が必要だとしている。
空き家ビジネス推進協議会（または空き家管理等）に対する要望や意見等	<u>サービス内容等の情報開示を望んでいる。（信頼のおける事業者との提携であれば、入居者等に勧められる）</u>

② 情報発信手段の検討

有料老人ホーム等の運営事業者3社に対するヒアリングで要望のあった、空き家管理サービスの内容が分かる資料をパンフレットにまとめ配布することとした。パンフレットには1)①、②で作成した「空き家を持つ人が知るべき法律・税制」「事業者選定用のチェックリスト」等を盛り込んだ。(図4)

また、住宅の処分等は入居前に決める場合が多いので、現在の入居対象者(概ね80歳前後)だけでなく、50~60代の今後入居対象者となる層への訴求も有効であるとの意見があった。この為、入居者に面会に来る50~60代の子世代に対しても、空き家管理サービスの必要性を訴求するために、施設に掲示可能なポスターを合わせて作成した。ポスターの構成はパンフレットと同じイラストを使用し、内容を関連付けた。(図5)

図4 啓発用パンフレット(A4 8ページ)

(裏表紙および表紙:裏表紙にはチェックポイントを掲載)


ちょっと待って!
その業者で
だいじょうぶ?

**空き家管理サービス提供事業者
お客様対応チェックポイント**

数多くの管理業者、各社の対応は様々です。現在業者に管理をまかしている方も、これから業者に問い合わせる方も、下記のポイントを参考にチェックしてみましょう。トラブル回避のためにも自分の環境にあった業者の選定をおすすめします。


項目	評価		
	良い	普通	注意
契約内容がわかりやすいか	契約内容が分かりやすく記されている <small>※契約書の他に重要事項説明書があることより理解しやすくなります</small>		契約書がないなど、内容が明確ではない
サービスに不備があった場合の損害賠償について、契約書に記載があるか	損害賠償に関する記載があり、十分な賠償額がある	損害賠償に関する記載がある	損害賠償に関する記載がない
クーリング・オフに関する説明があるか	あり		なし
個人情報の取り扱い方法を定めているか	個人情報の取り扱いに関する認定 (マークや法 15001(個人情報保護推進マネジメントシステム)等)を受けており、チラシやパンフレットで確認できる	個人情報の取り扱いに関する社内基準を定めており、それを書面で示せる	個人情報の取り扱いに関する基準を定めていない
契約方法について	対面で契約 <small>※遠隔地の場合は、郵送でやり取りになる可能性があります。十分に説明を受けるためにも対面での契約をおすすめします。</small>		郵送で契約
空き家の鍵の管理体制は整っているか	鍵を預る際には、収納ケース等に入れてお客様の印により封印する等して、業者が無断で複製できない仕組みがある。また、預った鍵の本数や状態を定期的に確認している	確認等を実施していない	
作業中における、空き家の鍵の紛失防止策を定めているか	ロープやチェーン等を使用し、紛失しないように身に着けていることを書面で示している。	紛失防止策を取っていない	
空き家で作業する作業員の管理方法	案内での作業時間が記録に残る仕組みがある <small>※利用～ふたもセキュリティもご利用することや案内に入った時間を記録することができます。</small>	作業員自身が作業時間を記録している	作業時間を記録していない

住んでいない家、
ご近所に迷惑かけているかも…。



空き家をお持ちの方へ
これだけは知ってほしい

「空き家」を
管理しなければ
ならない理由。



空き家ビジネス推進協議会 お問い合わせ
 〒107-0051 東京都港区元赤坂 1-6-6
 URL <http://www.akiya-service.jp/>
 info@akiya-service.jp

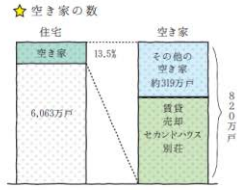
このパンフレットは国土交通省の「空き家管理等基盤強化推進事業」の採択を受けて制作したものです。

(1～2ページ：下部に空き家に関連する税制を掲載)

近年、空き家数が増加の一途をたどっています。

400自治体団体が防犯や防災等を目的として
空き家管理に関する条例を制定しています。
(平成28年10月1日現在)

現在日本全国の住宅は約6,063万戸あり、そのうち約820万戸が空き家となっています。
賃貸や売却目的の住宅およびセカンドハウスや別荘用の住宅を除く、入院や家屋の建替えが原因で発生する「その他の空き家」は、約319万戸あり増加傾向にあります。



空き家を放置すると？

空き家となる原因には様々な要因が考えられますが、空き家を放置するなどのような問題が起こるのでしょうか。
家の換気や通水などを行わないまま放置すると、霉の発生、壁紙等へのカビの発生、雨水の侵入による構造材の腐食など、家の劣化が進行してしまいます。
劣化が進行した家屋は価値がなくなり、いざ家に再度住むか処分しようか考えたときに、多大な費用やエネルギーが必要となってしまいます。また、近隣住民や周囲に影響を及ぼす可能性もあります。



自治体によって定めている項目は違いますが、空き家管理の勧告、所有者の氏名公表や強制的に解体を行う代執行を定めている団体もあります。

★ 空き家に係る税制

空き家をそのままにしておくと、実は想像以上に維持費がかかります。

固定資産税
保有する固定資産(土地・建物・償却資産)に課される税金。

都市計画税
都市計画区域内の土地・建物に市町村が条例で課することができる税金。

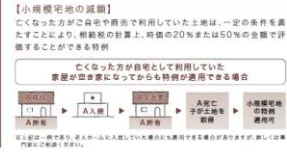
相続税
亡くなった方の財産を相続により取得したときや、遺言によって財産を取得したときに生じる税金。

固定資産税と都市計画税

【住宅用地の特例措置】
住宅用地に対する固定資産税が最大1/6、都市計画税が最大1/3まで減免されるというものです。

特例適用あり	特例適用なし
専用品家(1戸建) 床面積:120㎡ 土地:300㎡(評価額:800万円) 200㎡ (評価額:500万円) 100㎡ (評価額:250万円) (評価額:500万円) (評価額:250万円) 固定資産税 58,000円 固定資産税 292,000円 都市計画税 24,000円 都市計画税 84,000円	(雑地) 土地:300㎡(評価額:800万円) 固定資産税 292,000円 都市計画税 84,000円

相続税



(3～4ページ：トラブル事例を掲載)

空き家を放置するとこんなトラブルが…。

空き家を放置することで起こる可能性のあるトラブルを、実際の事例を交えながらご紹介します。



ブロック塀・瓦 (Broken roof tiles, concrete blocks)

普段から住んでいない家屋では、ブロック塀や瓦等の破損に気づくのが遅れがちです。思わぬところから第三者に損害を与えてしまう可能性があります。

こんなトラブルも!?
空き家のブロック塀が管理不全により不安定な状態になっていた。近所の幼稚園児が、そのブロック塀を押して遊んでいたところ、ブロック塀が崩れ落ちてきて下敷きになりケガをしてしまった。

火災 (Fire)

空き家を放置したことによって火災が発生した場合、家屋へのダメージは甚大です。また、火災を起こした際に重大な過失があったと認められた場合には、損害賠償の責任を負う可能性があります。

こんなトラブルも!?
所有する空き家で、長期間掃除を行わなかったところ、トラッキング現象[※]が生じて火災が発生し、隣家に燃え移って、全焼してしまった。

※トラッキング現象
コンセントとプラグとの間にほこりが溜まり、このほこりが電気を通すことによってプラグとプラグ間で火花が飛び出され、絶縁状態が悪くなり、プラグとプラグ間に電気が流れた結果、発熱、ついには発火する現象

生け垣・雑草 (Hedges, weeds)

空き家を放置すると生け垣や雑草がのびすぎてしまい、近隣住民とのトラブルの原因となる可能性があります。

こんなトラブルも!?
長期間、庭の草木を放置した結果、木の枝が隣家との境界線を越えてしまい、隣家の住民から苦情がきた。

害虫・害獣 (Pests, vermin)

シロアリ等の害虫やネズミ等の害獣の発見が遅れると、家屋がダメージを受けてしまいます。また、ハチ等害虫の発見が遅れると、近隣住民へ被害が広がってしまいトラブルの原因となってしまいます。

不法投棄 (Illegal dumping)

敷地内にゴミを捨てられることで、外観が悪くなったり臭気が発生する可能性があります。

家屋の汚れ (House dirt)

清掃やメンテナンスを怠ってしまうとカビ、金属部・ブリキ製雨どいの腐敗、水道のパッキン破損など、家屋の汚れが発生してしまいます。定期的に清掃しないなど汚れを長期間放置していると、汚れが落ちにくくなるだけではなく、本来の機能を維持できなくなる可能性があります。

(5～6 ページ：空き家管理サービスの紹介と標準的なサービスを掲載)

空き家を管理するには…。

空き家を維持管理するためには定期的なお手入れをおすすめします。



5

空き家管理サービス事業者は、
あなたに代わって
空き家の維持管理を行ってくれます。

例えば

- 1 生け垣や雑草が生えすぎているか確認します。
- 2 建物の外観を確認します。
- 3 たまった郵便物を整理整頓します。
- 4 建物の内部が雨漏りをしていないか等確認します。
- 5 家の窓や扉を開けて、空気の入れ替えを行います。
- 6 水道の通水を行います。
- 7 室内の清掃を行います。

空き家管理のプロに任せることで適切な管理が期待できずし、自分の時間が増えますよ！

でもお金がかかるし、万が一悪質な業者さんに依頼してトラブルに巻き込まれないか心配…。

では、HP等で希望しているサービスが受けられるか確認して、次ページのチェックリストでさらに確認しましょう。

6

図5 啓発用ポスター ※内容はパンフレットの要約版とした

住んでいない家、 ご近所に迷惑かけていませんか？



空き家管理サービス事業者は、
あなたに代わって空き家の維持管理を行います。

<p>例えば</p> <p>生け垣や雑草が生えすぎているかや、 建物の外観の確認を行います。</p>	<p>たまった郵便物を整理整頓します。</p>
<p>建物の内部が雨漏りをしていないか等 確認します。</p>	<p>家の窓や扉を開けて、 空気の入れ替えを行います。</p>
<p>水道の通水を行います。</p>	<p>室内の清掃を行います。</p>

空き家ビジネス推進協議会

〒107-0051 東京都港区内覧町1-6-0

URL: <http://www.akiya-service.jp/>

info@akiya-service.jp

このポスターは国土交通省の「空き家管理等基盤強化推進事業」の採択を受けて制作したものです。

③ 啓発活動実施

4)①で選定した有料老人ホーム等に対し、4)②で作成したツールを用いて協議会会員が空き家管理の必要性や空き家管理サービスに関する啓発活動を実施した。事前準備として厚生労働省の介護サービス情報公表システムを用い、有料老人ホームを中心とした啓発先を 2,780 対象リストアップした。啓発活動は協議会会員の総合警備保障株式会社を中心となり行い 1,511 対象に訪問した。訪問時にはパンフレットの配布及び設置依頼とポスターの掲示依頼をした。活動地域と訪問施設数は表 1 1 のとおり。また、訪問時の反応を表 1 2 のとおり。

表 1 1 訪問結果一覧

都道府県	訪問施設数	都道府県	訪問施設数
北海道	87	大阪府	86
宮城県	10	京都府	21
茨城県	22	兵庫県	66
東京都	299	奈良県	31
神奈川県	105	岡山県	52
埼玉県	224	香川県	18
千葉県	32	高知県	42
静岡県	114	山口県	35
山梨県	99	福岡県	28
愛知県	114	熊本県	11
滋賀県	15	合計	1511

表 1 2 訪問時の反応（主なもの）

- ・入居者のご家族に紹介したいので、機会があったら話してみる。
- ・施設に入居する際、空き家を管理する人が他にいないため、売らざるを得ないケースもあったため、こういったサービスの案内はしてゆきたい。
- ・空き家問題は確かに耳にするようになった。ご入居予定者や既入居者の相談時等で空き家の話が出たら、案内してみたい。
- ・入居者で空き家になっているところはある。相談員の立場からご案内したい。
- ・入居者へのサービスの案内は一切受け付けていないので、パンフレットは設置できない。

各施設の反応は概ね良好なところが多かったが、一方で本業以外の入居者に対するサービスの案内を一切受け付けていないなどの反応もあった。ツールについてはパンフレットの設置は受け入れられやすいが、スペースの関係からポスターの掲示は断られるケースもあった。

3. 事後評価

1) 消費者保護を図る取組

昨年度の事業で収集した「空き家を持つ人が知るべき法律・税制の資料化」に加え、成果計測指標である「事業者選定用のチェックリスト」および「トラブル解決ガイドライン」を予定通り完成させた。

本項目は、法令を根拠とした検討が必要なことから、弁護士・税理士との連携を図ったことで、情報を正確なものとすることができた。また、「トラブル解決ガイドライン」については、国民生活センター等でも空き家管理サービスに関するトラブル事例が無い状況の中で、消費者宅内で作業する協議会メンバーが情報を持ち寄り、11の想定事例と解決方法を示せたことから、検討方法は適切であったと振り返る。

消費者に対する効果として、「事業者選定用のチェックリスト」は啓発用パンフレットに掲載して、計1,511対象へ配布することで周知を図れた。

しかし、「トラブル解決ガイドライン」については事業期間最終日の平成27年2月27日にホームページに掲載し公表した為、事業期間内に効果をもたらすことができなかったことから、作業スケジュールの見直しを今後の改善事項とする。

2) 業界コンプライアンスの増進を図る取組

成果計測指標である「コンプライアンスマニュアル」を予定通り完成した。

本項目は「コンプライアンス（法令遵守）」に関連しており、1)と同様に法令を根拠とした検討が必要なことから、弁護士との連携を図ったことで、情報を正確なものとすることができた。

また、想定されるトラブルとその対策については、消費者向けの「トラブル解決ガイドライン」に掲載した具体的トラブル事例と同じ事例を用いることにより、事業者が消費者の目線に立った対応ができる構成とできた点は成果であった。

コンプライアンスの基本的な考え方などについては、協議会メンバーが関連書籍などを中心に情報収集しまとめた為、非効率な面もあった。企業のコンプライアンスマニュアルの策定を専門で受託している業者との連携等、他の方法についても検討するべきであった。

本資料は事業期間最終日の平成27年2月27日にホームページに掲載し公表した為、事業期間内に効果をもたらすことができなかったことから、作業スケジュールの見直しを今後の改善事項とする。

3) 空き家管理ビジネスの事業環境整備を図る取組

成果計測指標である「標準的なサービスおよび提供要領の決定」「モデル約款の作成」「モデル重要事項説明書の作成」は予定通り完成した。

標準的なサービスの選定にあたっては、昨年度の収集した、空き家所有者が空き家の見回りの際に実際に行っている項目から決定することで、当初の計画どおりの「消費者に受け入れられるサービス」とすることができた。しかし、事業者側からの情報は全く参考していない為、活かすべきであった。

また、提供要領については、消費者宅内で作業する協議会メンバーが情報を持ち寄ることで、効率的に行うことができた。

「モデル約款」は、昨年度実施したモニター調査の結果を踏まえ、現状多くの事業者に不足している契約項目を明らかにしたうえで、これを補完する内容とできた。

特に、モニター調査で実際に利用した事業者の契約方法のほとんどが、特商法の適用対象となる訪問販売や通信販売であったことから、空き家管理サービスを提供するうえで特商法に対応する契約項目は必須といえる。

改善点として、「モデル重要事項説明書」は、名称を「空き家管理サービス重要事項説明書」としたが、空き家管理サービスには重要事項説明が義務でなく、補助資料として位置付けていることから、資料の目的に合わせて別の名称とすることも検討するべきであった。

また、作成した資料は事業期間最終日の平成27年2月27日にホームページに掲載し公表した為、事業期間内に効果をもたらすことができなかつたことから、作業スケジュールの見直しも改善点である。

4) その他空き家の適正管理に関連するビジネスの育成・普及に必要と思われる取組

成果計測指標である「啓発用ツール」を作成した上で、目標の500対象を上回る1,511対象への訪問を完了させた。これにより、空き家を持つ方と継続的に接する有料老人ホームに対し、空き家管理の必要性を説くことで、空き家所有者に対し間接的な啓発をした。

啓発活動の実行にあたっては1ヶ月程度の活動期間であったが、協議会構成企業のネットワークにより、目標を上回る対象へ効率的に訪問ができた。改善点として、今年度は21都道府県を対象に活動したが、北陸・山陰地方等が入っておらず、地域に偏りがあつた。

啓発活動の効果であるが、有料老人ホーム等の啓発先に訪問した際には、入居者に案内したいなどの反応があつたものの、2月27日現在で啓発先(入居者含む)から協議会への問い合わせ0件の状況である。

原因の一つとして、啓発パンフレットの問い合わせ先をEメールアドレスのみとしていたこと等が考えられる為、専用の電話番号の準備等、問合せを受けることができる体制構築をするべきであった。

4. 今後の課題

1) 消費者保護を図る取組

本年度「事業者選定用のチェックリスト」「トラブル解決ガイドライン」を作成したが、空き家管理サービスを検討する消費者が、空き家管理サービスを比較・検討するその時に利用頂かなければ意味がないため、利用頂ける仕組みづくりが必要である。

2) 業界コンプライアンスの増進を図る取組

昨年度の事業で実施したモニター調査で利用した空き家管理サービス事業者の中には、訪問販売もしくは通信販売をしているにも関わらず、特商法に基づく書面記載事項が漏れている事業者もあつた。このため、本年度作成した「コンプライアンスマニュアル」を事業者に活用頂くことで改善を促すことが必要である。

3) 空き家管理ビジネスの事業環境整備を図る取組

本年度は「空家等対策の推進に関する特別措置法」が施行されるなど、空き家の適正な管理方法等が議論されることが予想される。こういった環境変化等により、空き家所有者(管理者)に求められる管理方法等が具体的となり、空き家管理サービス事業者が提供するべきサービス(空き家所有者が求めるサービス)が変わることも想定される為、これに合わせたメニュー構成の見直し等が必要である。

4) その他空き家の適正管理に関連するビジネスの育成・普及に必要と思われる取組

空き家管理サービスの認知度向上は継続した課題である為、ニーズを持つ層に対する継続した啓発活動が必要である。「空家等対策の推進に関する特別措置法」の施行にあわせ、行政との連携手段も検討を要する。

5. 今後の展開

1) 消費者保護を図る取組

空き家管理サービスを検討する消費者が、空き家管理サービスを比較・検討する際に、本年度作成した「事業者選定用のチェックリスト」「トラブル解決ガイドライン」をタイムリーに活用できるよう、消費者に対する情報提供方法を見直す。

案として、空き家管理サービス事業者に対しパンフレットを配布し、サービスを案内する際に消費者に配布して頂くことなどを検討している。

また、本年度の啓発用パンフレットには「事業所選定用のチェックリスト」は反映されているが、「トラブル解決ガイドライン」については触れていない為、パンフレットの改版時には情報の追加を行う。

2) 業界コンプライアンスの増進を図る取組

空き家管理サービス事業者のコンプライアンス意識を醸成するべく、本年度の事業で作成した「コンプライアンスマニュアル」の活用促進を行う。現段階ではホームページへの掲載に留まっている為、空き家管理サービス事業者に対する直接的な告知方法を検討、実施することを検討している。

3) 空き家管理ビジネスの事業環境整備を図る取組

今後の課題で述べた通りであるが、「空家等対策の推進に関する特別措置法」の施行に伴い、空き家の適正な管理方法について指針が示されることが予想される為、行政による検討状況等の情報収集を行い、これに合わせ、メニュー構成の見直しを検討する。

4) その他空き家の適正管理に関連するビジネスの育成・普及に必要と思われる取組

今後の課題で述べた通りであるが、空き家管理サービスの認知度向上は継続した課題であり、本年度に引き続きニーズを持つ層に対する継続した啓発活動が必要である。

また、「空家等対策の推進に関する特別措置法」の施行にあわせ、市町村は「空家等に関する対策についての計画」を定めることができることとなり、空き家に関する相談増加することも予想される為、担当窓口へのパンフレット設置や、担当者に対する情報提供なども検討している。

■事業主体概要・担当者名			
設立時期	平成25年12月11日設立		
代表者名	会長 総合警備保障株式会社		
連絡先担当者名	総合警備保障株式会社 HOME ALSOK営業部 事務局 宮園 麻里江		
連絡先	住所	〒107-8511	東京都港区元赤坂 1-6-6
	電話	03-3470-1575(総合警備保障株式会社 HOME ALSOK営業部)	
ホームページ	http://www.akiya-service.jp/		